

GUIA PRACTICA PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2008

PRACTICAL GUIDE FOR THE IMPLEMENTATION OF A QUALITY MANAGEMENT SYSTEM BASED ON STANDARD ISO 9001:2008

Eliana Uribe Martinez
Microbióloga Industrial
Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia,
u6700484@unimilitar.edu.co

RESUMEN

Los sistemas de gestión constituyen una integración armónica de los elementos requeridos para desarrollar una gestión enfocada en cumplir los acuerdos establecidos con los clientes, al igual que los requisitos y la legislación aplicable, prevenir la generación de fallas y riesgos, y tener un enfoque proactivo que apunte hacia las causas de falla y mejorar continuamente el desempeño[4]. En los últimos años estos se han convertido en una necesidad para las empresas que desean permanecer en el mercado y crecer en este ofreciendo productos y servicios de buena calidad para sus clientes. Con el objetivo de facilitar el proceso de implementación de un SGC basado en la norma ISO 9001: 2008, surge el presente trabajo el cual ofrece una guía practica para medianas y pequeñas empresas que deseen iniciar este proceso. Finalmente se establece una guía que contiene modelos de formatos que pueden ser utilizados como guía y modificados según el propósito de cada empresa.

Palabras clave:

Calidad, sistema gestión de calidad, NTC ISO 9001:2008

ABSTRACT

Management systems are a harmonious integration of the elements required to develop a focused on meeting customer requirements and applicable law, the prevention of failures and risks, and take a proactive approach that points to the causes of failure and continuously improve performance [4]. In recent years these have become a necessity for companies that want to stay and grow in the market through quality products and services. In order to facilitate the process of implementing a QMS based on ISO 9001: 2008.

The aim of study is to provide a practical guide for small and medium companies, who wish to start this process. Finally the guide contains models of formats that can be used and modified according to the purpose and need of each company.

Key words:

Quality, quality management system, NTC ISO 9001:2008

1. INTRODUCCION

Actualmente, en un mundo tan cambiante se requiere cada vez mas de la innovación, del buen servicio y de productos de mejor calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes, quienes son el sentido de ser de las organizaciones como uno de los mas importantes iconos para el desarrollo de la economía del país.

El concepto de calidad toma entonces gran importancia, y es por eso que mas que un concepto se ha convertido en un requisito por el cual las empresas se esmeran día a día, pues es uno de los eslabones que promueven el crecimiento de estas y su estabilidad en el mercado[6]. La calidad es entendida como el grado de características inherentes del producto o servicio , que cumplen con los requisitos [1].

A partir de este concepto surgen los sistemas de gestión de calidad (SGC) como la integración armónica de los elementos requeridos para desarrollar una gestión enfocada en cumplir con los acuerdos establecidos con los clientes, al igual que los requisitos y la legislación aplicable, prevenir la generación de fallas y riesgos y

tener un enfoque proactivo que apunte hacia las causas de falla, y mejorar continuamente el desempeño [1-4].

De esta manera, el SGC se constituye en el instrumento clave de toda organización para cumplir el compromiso consignado en la política y los objetivos de calidad [4].

El presente trabajo surge entonces, a partir de la necesidad de pequeñas y medianas empresas de implementar un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2008, con el fin de obtener los diversos beneficios que con esto conlleva.

Entre los beneficios se encuentra: un mayor dominio y la gestión eficaz y eficiente de los requisitos y compromisos contractuales y legales aplicables en cuanto a productos ofrecidos, ahorros generados por optimización y racionalización de los procesos, mejora en las relaciones con los clientes y usuarios a partir de la confianza que genera la certificación, asegura competencias con respecto a elementos claves de desempeño de la organización, focalizados hacia el cliente y alineados con la estrategia organizacional y finalmente acceder a mercados competitivos que exigen un SGC acorde con los requisitos de la norma ISO 9001, como condición contractual o mínima de acceso[1-4].

Debido a lo anterior surge la necesidad de este trabajo, cuyo objetivo es facilitar el proceso de implementación a través de una guía practica que permita al lector entender fácilmente en que consiste el proceso de implementación de un SGC basado en la norma ISO 9001 para pequeñas y medianas empresas.

1.1 CONTEXTO DE LA EMPRESA

La empresa por la cual surgió este trabajo es una empresa Santandereana comercializadora de abonos, la cual tiene una trayectoria de mas de 15 años en el mercado agroindustrial y desea aumentar su influencia en este; mediante una mayor satisfacción en las necesidades y expectativas de sus clientes, para lo cual tiene como objetivo la implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2008.

2. MATERIALES Y METODOS

2.1 NORMAS

2.1.1 Norma ISO 9001: 2008

La Norma ISO 9001 especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente [1].

2.1.2 Norma ISO 9000

La Norma ISO 9000 describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica la terminología de los sistemas de gestión de la calidad [2].

2.1.3 Norma ISO 9004

La Norma ISO 9004 proporciona una orientación a la dirección para que cualquier organización logre el éxito sostenido en un entorno complejo, exigente y en constante cambio.

Esta norma proporciona un enfoque más amplio sobre la gestión de la calidad que la Norma ISO 9001; trata las necesidades y las expectativas de todas las partes interesadas y su satisfacción, mediante la mejora sistemática y continua del desempeño de la organización. Sin embargo, no está prevista para su uso contractual, reglamentario o en certificación[3].

Las Normas ISO 9001 e ISO 9004 son normas de sistema de gestión de la calidad que se han diseñado para complementarse entre sí, pero también pueden utilizarse de manera independiente[1].

2.2 METODO

Para iniciar con el proceso de implementación, es necesario que en la organización sean evaluados los siguientes factores claves en el éxito del proceso[5].

- Disponibilidad de recursos.
- Asignación de responsabilidad y autoridad para revisión y aprobación de documentos.
- Acciones y metodología de divulgación de información acerca de la implementación del SGC en la organización.
- Grupo de trabajo idóneo
- Establecer indicadores de medición del producto.
- Trabajo en equipo.
- Estado de actividades y actualización del proyecto.
- Acompañamiento del consultor.

2.2.1 REVISION GERENCIAL INICIAL

1. Portafolio de productos
2. Clientes
3. Necesidades del cliente
4. Grado satisfacción
5. Indicadores que midan el producto
6. Requisitos legales
7. Control de proveedores
8. Seguimiento

2.2.2 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

a. Misión

¿Quiénes somos, qué se busca, qué se hace, dónde se hace, por qué se hace y para quién se hace? [5].

b. Visión

¿Cuál es la imagen futura que se desea proyectar de la empresa?, ¿Cuáles son sus deseos o aspiraciones?, ¿Hacia dónde se dirige? y ¿Hacia dónde quiere llegar? [1-5].

c. Valores corporativos

Son intangibles que poseemos los seres humanos, que representan una parte fundamental para el buen desarrollo y proyección de la empresa. [1-4-5].

d. Metas corporativas

Pautas [1]:

1. Las metas son objetivos a corto plazo.
2. Son cuantificables y medibles. (Mensuales)
3. Debe estar alineado con los objetivos.

e. Política de calidad

Documento base para la implementación de un sistema de gestión de la calidad [1].

Pautas:

1. ¿A qué se dedica?
2. ¿Qué se quiere lograr?
3. ¿Con Quien?
4. ¿Cómo lo quiero lograr?

2.2.3 PLANEACION DIRECTIVA

a. Objetivos de calidad

- Estos deben ser medibles, claros, alcanzables y motivadores [4].

b. Estructura organizacional

- Conjunto de elementos (cargos y responsabilidades que la integran [4].
- Organigrama: Este debe ser claro y señalar las relaciones existentes [5].

c. Manual de funciones

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas [4-5].

Este debe incluir : educación, experiencia, habilidad, formación.

2.2.4 PLANEACION OPERACIONAL

a. Mapa de procesos

Es un inventario gráfico de los procesos (estratégicos, misionales y de apoyo) de una organización, que proporcionan una perspectiva global de esta [5].

b. caracterización de proceso

Este incluye nombre proceso, tipo de proceso, líder de este, sus participantes, recursos , alcance, objetivo y actividades de este [1-4].

c. Procedimiento

Documento que describe la forma de desarrollar una actividad. Su encabezado debe indicar: nombre de la empresa (Logo), título del procedimiento, código del procedimiento y número de versión [5].

Deben incluir también: objeto, alcance, número de actividades, descripción, responsabilidades, diagrama de flujo, documentación de Referencia (Registros), controles revisión y aprobación [4-5].

2.2.5 ESTADO DEL ARTE DE LA EMPRESA

Esta empresa cuenta con misión, visión, objetivos de calidad, política de calidad. Adicionalmente lleva controles de materia prima y trazabilidad de sus productos por medio de lote y de cada uno de estos análisis exhaustivos realizados por laboratorios certificados por el ICA (Instituto Colombiano de Agricultura).

Por otro lado la empresa tiene debidamente organizados los documentos y soportes de recurso humano perteneciente a esta.

La empresa esta comprometida con la satisfacción de sus clientes, lo cual claramente se evidencia por la calidad de sus productos y la fidelidad de sus clientes, a quienes realiza soporte post venta. Sin embargo, la empresa necesita tener

evidencia de estas visitas, de las capacitaciones realizadas a sus empleados, requiere de una mayor organización de documentos y del proceso de selección evaluación y reevaluación de proveedores.

2.5.1 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

- Catalizador fisiológico
- Acondicionador orgánico
- Acondicionador de acidez del suelo
- Acondicionador orgánico mineral del suelo
- Acondicionador inorgánico mineral del suelo.

2.5.2 MISION

Somos una empresa fabricante y comercializadora de abonos, comprometida con la investigación científica que ofrece productos eficientes de alta calidad que potencian la nutrición y producción de los suelos y a su vez permite a nuestros clientes mayores márgenes de productividad, rentabilidad y sostenibilidad de sus cultivos.

2.5.3 VISION

Ser la empresa líder en el sector agrícola mediante la ampliación de la red de distribución tanto nacional como internacionalmente desarrollando novedosos productos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y sean amigables con el medio ambiente.

2.5.4 VALORES CORPORATIVOS

- Compromiso
- Orientación al cliente
- Eficiencia
- Integridad

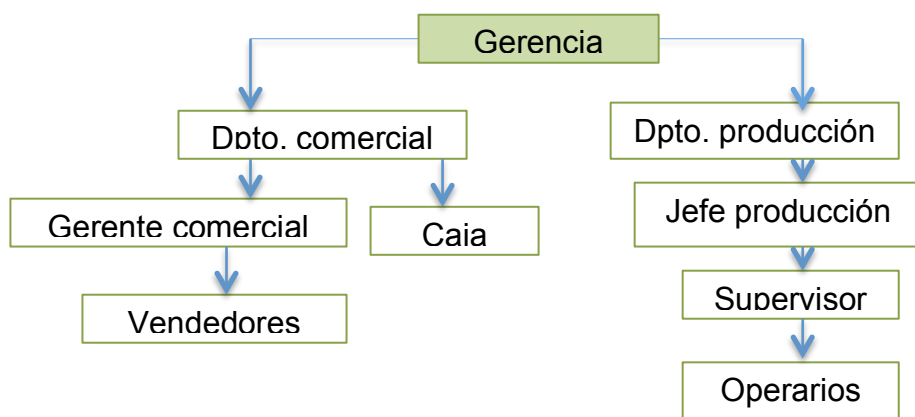
2.5.5 POLITICA DE CALIDAD

Estamos comprometidos con la satisfacción de las necesidades agrícolas de nuestros clientes, accionistas y recurso humano a quienes ofrece productos y servicios que se caracterizan por su excelencia y confiabilidad. Además cuenta con un recurso humano competente y comprometido en el mejoramiento continuo de todos los procesos, productos y servicios de la entidad, los cuales se asegura cumplan con la normativa legal vigente nacional y los requisitos de la norma ISO 9001:2008.

2.5.6 OBJETIVOS DE CALIDAD

- Proveer a nuestros clientes productos y servicios con excelencia y confiabilidad que satisfagan sus necesidades.
- Fortalecer el recurso humano a través de su formación y reconocimiento de las necesidades de nuestros clientes.
- Planificar, organizar, ejecutar y verificar todas las operaciones de la organización que puedan alterar la calidad de nuestros productos o servicios.
- Asegurar el cumplimiento de la normativa legal vigente, el adecuado funcionamiento del sistema de gestión de calidad y el cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001:2008
- Reconocer la necesidad del mejoramiento continuo en toda la organización y ejecutar acciones necesarias para su cumplimiento.

2.5.7 ORGANIGRAMA



El nivel jerárquico en la empresa estudio tiene su mayor autoridad en la gerencia, la cual es la máxima autoridad de la organización y la persona encargada es el socio mayoritario de la empresa quien tiene pregrado en administración y conoce la empresa desde su origen. Seguidamente se encuentran los departamentos comercial y producción.

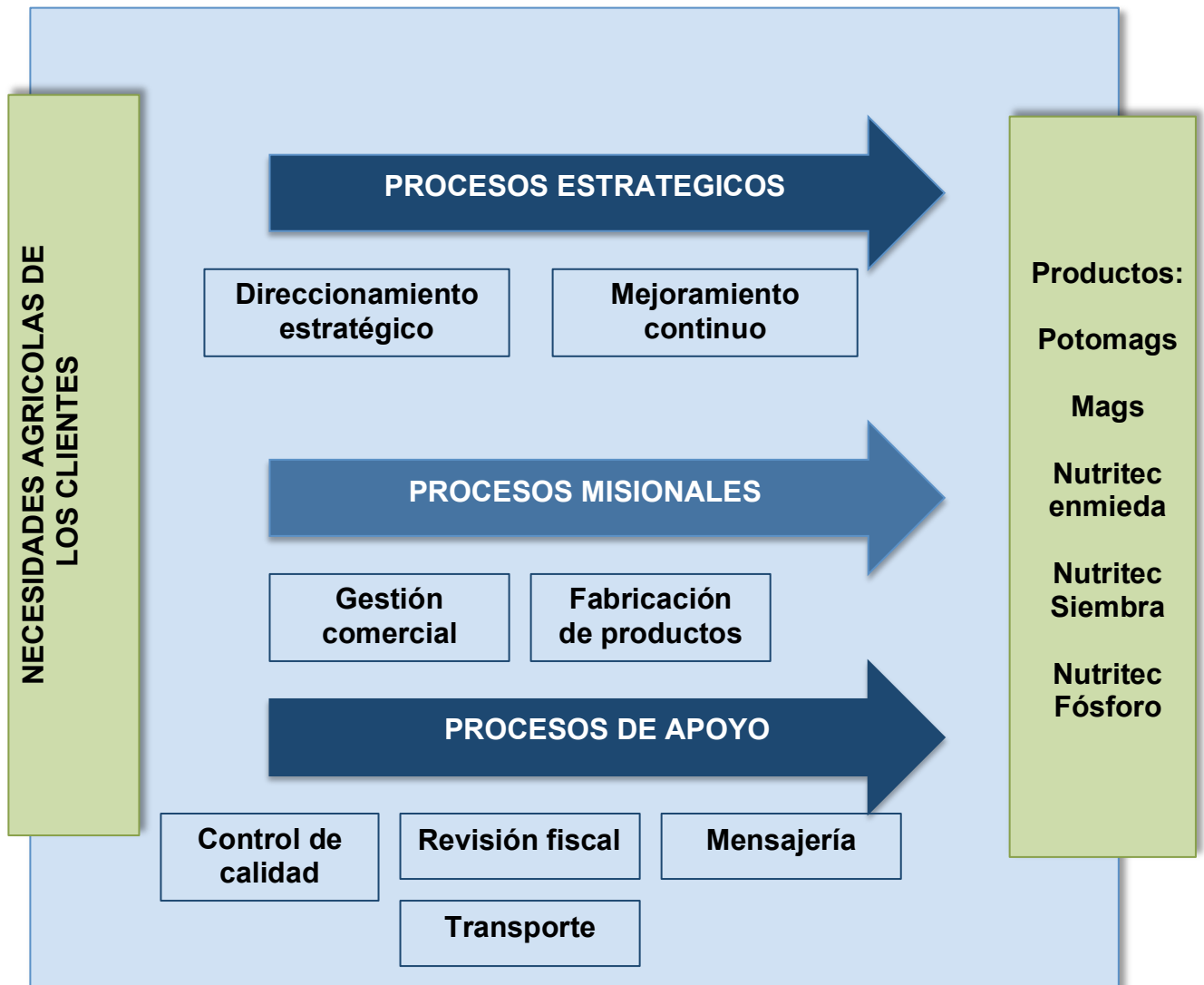
En el primero, como mayor autoridad principal se encuentra el jefe de ventas quien es la persona encargada promover los diferentes productos y organizar las zonas y áreas de ventas, función que es realizada por los vendedores de cada zona según asignación del jefe.

En el mismo departamento se encuentra la caja y que recibe ordenes únicamente de gerencia.

Por otra parte, en segundo departamento el cual corresponde a producción, se encuentra el jefe de producción quien es la persona encargada de planeación de producción, pedidos e inventarios de materias primas y producto terminado. Seguido a este cargo se encuentra el del supervisor quien recibe ordenes del jefe de producción, y es encargado de supervisar la producción, el buen funcionamiento y cumplimiento de las normas de bioseguridad por parte de los operarios, quienes son las personas encargadas directamente de la fabricación de los productos.

3. RESULTADOS Y ANALISIS

3.3.1 MAPA DE PROCESOS



Para la empresa estudio, la entrada son las necesidades agrícolas de los clientes. Con el fin de suplir estas necesidades la empresa cuenta con tres tipos de procesos:

Procesos estratégicos: entre estos se encuentra direccionamiento estratégico y mejora continua que son los que le permiten a la empresa buscar siempre ser mejor y perfeccionar sus procesos.



Procesos misionales: estos procesos son la razón de ser de la empresa por ende se incluyen gestión comercial y fabricación de productos, que son la salida o resultado final.

Procesos de apoyo: estos procesos también llamados de soporte son en su mayoría contratados por la empresa para el apoyo de los demás procesos y de esta manera cumplir de forma optima con los objetivos. Entre estos se encuentra: control de calidad, revisión fiscal, mensajería y transporte.

3.3.2 CARACTERIZACION DE PROCESOS

Debe incluir: nombre del proceso, tipo de proceso, líder de este, sus participantes, recursos , alcance, objetivo y actividades de este [1-4].


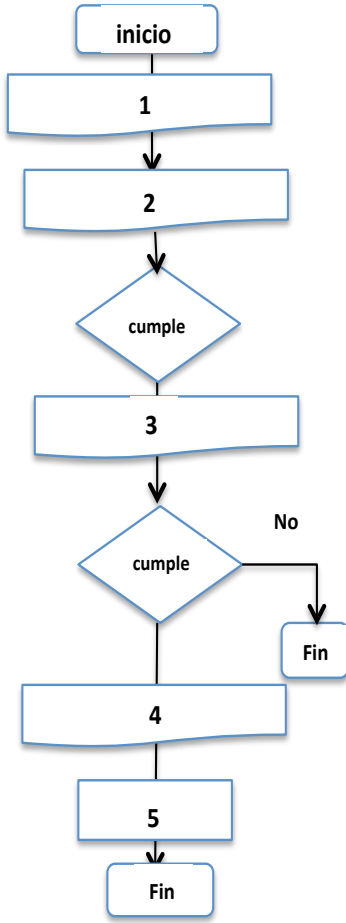
Tabla No 1. Formato para la caracterización de procesos

	CARACTERIZACION DE PROCESO		Codigo:	CP-GC-001		
			Versión:	1		
			Fecha:	2013-30-11		
			Vigencia:	4/01/15		
IDENTIFICACION DEL PROCESO						
NOMBRE: Gestion Comercial		TIPO DE PROCESO: Misional				
LIDER DEL PROCESO: Gerente comercial		PARTICIPANTES: Gerente comercial, vendedores				
RECURSOS: Computadores, software, impresoras, telefono, papeleria		DOCUMENTOS RELACIONADOS: Formularios de productos y publicidad				
DESCRIPCION DEL PROCESO						
ALCANCE: Incluye todas las actividades desde el asesoramiento del trámite hasta la aceptación del producto por el cliente y su postventa						
OBJETIVO: Ofrecer de manera eficiente productos que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes con relacion a sus cultivos						
ACTIVIDADES DEL PROCESO						
						
No	ENTRADAS		ACTIVIDADES	SALIDAS		RESPONSABLE
	Proveedor	Insumos		Producto	cliente	
1	Interno	Publicidad	Asesoría	Asesoría	Externo	Gerencia comercial
2	Interno - externo	Orden compra	Venta	Despacho producto	Int- Ext	Vendedores
3	Interno - externo	informacion productos	Postventa	Demás asesorías	Int- Ext	Vendedores
Elaborado por: Eliana Uribe			Revisado por: Valentina Martinez		Aprobado por: Valentina M	

3.3.3 PROCEDIMIENTOS

Descripción de cómo se realiza una actividad de la empresa. Debe incluir: nombre de la empresa (Logo), título del procedimiento, código del procedimiento, número de versión, objeto, alcance, número de actividades, descripción, responsabilidades, diagrama de flujo, controles de revisión y aprobación [4-5].


Tabla No 2. Formato de procedimientos

	PROCEDIMIENTO DE VENTA		Código:	PR-PV-001
			Versión:	1
			Fecha:	2013-30-11
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DIAGRAMA DE FLUJO	REGISTRO	
Entrega informacion al cliente sobre productos de la empresa	Vendedor		Portafolio de productos	
Recepcion de orden de compra del cliente	Vendedor		Documentos	
Revision de orden de compra y disponibilidad producto	Gerente comercial		No aplica	
Verificacion de la informacion	Gerente comercial		No aplica	
Si es informacion veraz y cumple con los requisitos continua paso numero 4, en caso contrario finaliza el proceso.	Gerente comercial		Documentos	
Aprobacion de despacho	Gerente comercial		sello y firma de aprobacion de despacho	
Entrega de porducto al cliente	Vendedor		Documentos	
Elaborado por: Eliana Uribe		Revisado por: Valentina Martinez	Aprobado por: Valentina M	

3.3.4 MANUAL DE FUNCIONES

Debe el conjunto de tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas [4-5]. Adicionalmente su nivel de educación, experiencia, habilidad y formación.

Tabla No 3. Manual de funciones

	MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA ABONOS AGS		Código:	MF-V-001
			Versión:	1
			Fecha:	2013-30-11
			Vigencia:	2015-01-04
PERFIL				
1. IDENTIFICACION				
1.1 Denominacion del cargo: Vendedor				
1.2 Area a la que pertenece: Area comercial				
1.3 Cargo de jefe inmediato: Jefe comercial				
1.4 Numero de personal a cargo: 4				
2. CARACTERISTICAS GENERALES				
2.1 Rango de edad: Entre 27- 43 años				
2.2 Género:	F <input type="checkbox"/>	M <input checked="" type="checkbox"/>		
2.3 Educación:	Bachiller:			
	Técnico:	¿Cuál?		
	Profesional: <input checked="" type="checkbox"/>	¿Cuál? Ingeniero Agrónomo		
	Postgrado:	¿Cuál?		
2.4 Experiencia laboral en el área:	No requiere			
	Menos de 1 año		De 3 a 5 años <input checked="" type="checkbox"/>	
	De 1 a 3 años		Más de 5 años	
2.5 Formacion:	Si <input checked="" type="checkbox"/>	¿Cuál? Formacion interna: induccion sobre productos		
	No	y procedimientos comerciales		
3. HABILIDADES				
Buenas bases química del suelo				
Capacidad de escucha, buen orador				
4. MISION DEL CARGO				
Dar a conocer los productos que ofrece Abonos AGS, realizar ventas y brindar apoyo en el uso de los productos a todos los clientes existentes y potenciales.				
5.FUNCIONES GENERALES				
1. Velar por el crecimiento de ventas de productos de Abonos AGS				
2. Brindar apoyo e informacion adecuada a los clientes para el mejor uso de los productos				
6. FUNCIONES ESPECIFICAS				
1. Establecer contacto previo con el cliente				
2. Preparar visitas o charlas a clientes potenciales				
3. Presentar productos y ofertas				
4.Realizar cierre de ventas según el procedimiento establecido en Abonos AGS				
5. Analizar el cumplimiento de objetivos mensualmente				
6. Atender reclamaciones o incidencias				
7. FUNCIONES SEGURIDAD DE LA INFORMACION				
1. Cumplir ocn el acuerdo de confiabilidad existente				
2. Cumplir con politicas, procedimientos y normas de seguridad establecidas en Abonos AGS				
3. Conocer las medidas disciplinarias existentes en Abonos AGS				
4. Participar en programas de capacitacion propuestos en la empresa.				
8.OBSERVACIONES				
Elaborado por: Eliana Uribe		Revisado por: Valentina Martinez	Aprobado por: Valentina Martinez	

3. CONCLUSIONES

- ✓ Mediante esta guía presentada de forma clara y precisa se explica al lector sobre los pasos a seguir para iniciar el proceso de implementación de un sistema de gestión de calidad, basado en la norma ISO 9001: 2008.
- ✓ La generación de formatos guía permite organizar y clasificar la información acorde a las necesidades de las empresas.
- ✓ A raíz de la creación de este trabajo, en la empresa estudio se organizó la documentación y se completo la información y faltante en la empresa, lo cual fue valioso para la empresa en tanto, permite una mayor claridad de los procesos y de esta manera pautas para su mejora.

REFERENCIAS

- [1] ICONTEC. Norma Técnica Colombiana, ISO 9001: 2008. Consultada el 29 Noviembre de 2013. Disponible en web: <http://www.cecep.edu.co/documentos/calidad/ISO-9001-2008.pdf>
- [2] ICONTEC. Norma Técnica Colombiana, ISO 9000. Consultada el 30 Noviembre de 2013. Disponible en web: <http://tienda.icontec.org/brief/NTC-ISO9000.pdf>
- [3] ICONTEC. Norma Técnica Colombiana, ISO 9004:2000. Consultada el 29 Noviembre de 2013. Disponible en web: <http://tienda.icontec.org/brief/NTC-ISO9004.pdf>
- [4] Herramientas para implementar un sistema de gestión de calidad (SGC) según ISO 9001. 2006. ICONTEC. Edición CYGA. Pp 14, 24, 36, 79, 85.
- [5] Herramientas para la implementación de un sistema de gestión de calidad (SGC). 2013. Material docencia UMNG . Bogotá DC
- [6] ISO 9001 para negocios pequeños – Que hacer. Consejos del ISO/TC 176.2002. Manual ISO, 2ª edición.